

G. Tomei<sup>1</sup>, F. Tomei<sup>2</sup>, M. Fiaschetti<sup>2</sup>, S. Fantini<sup>2</sup>, T. Caciari<sup>2</sup>, A. Sancini<sup>2</sup>

## Tecniche della comunicazione e informazione-formazione dei lavoratori

<sup>1</sup> Dipartimento Neurologia e Psichiatria, Università Roma Sapienza

<sup>2</sup> "Sapienza" Università di Roma; Unità Operativa di Medicina del Lavoro; Dipartimento di Scienze Anatomiche, Istologiche, Medico-Legali e dell'Apparato Locomotore; viale Regina Elena n. 336 - 00161 Roma

**RIASSUNTO.** La comunicazione ha assunto un valore prioritario fra tutte le attività umane. Nella comunicazione c'è sempre una Fonte che invia un Messaggio ad un Destinatario all'interno di un Contesto tramite un Contatto e grazie ad un Codice. Il Feedback è l'informazione di ritorno che il destinatario re-invia all'emittente. Umberto Eco elabora il concetto di Decodifica aberrante, cioè errata decodifica da parte del destinatario. Le norme sulla comunicazione presenti nel D.Lgs.81/08 e s.m.i. sono le seguenti:

– **Informazione dei Lavoratori (Art. 36 comma 1):** Il datore di lavoro provvede affinché ciascun lavoratore riceva una adeguata informazione: sui rischi per la salute e sicurezza sul lavoro connessi alla attività della impresa in generale ecc.  
– **Formazione dei Lavoratori (Art. 37 comma 1):** Il datore di lavoro assicura che ciascun lavoratore riceva una formazione sufficiente ed adeguata in materia di salute e sicurezza, anche rispetto alle conoscenze linguistiche, ecc. È importante quindi per ogni Azienda instaurare un rapporto comunicativo in cui, fra dirigenza e lavoratori e fra lavoratori fra loro, le informazioni circolino liberamente e ci sia un costante feedback di ritorno delle informazioni inviate, anche per una corretta messa in atto delle norme di tutela della salute e sicurezza.

**Parole chiave:** comunicazione, informazione, formazione.

**ABSTRACT. TECHNIQUES OF COMMUNICATION AND INFORMATION - FORMATION OF THE WORKERS.** Communication has always had a very important role among human activities. Communication is: a Source sending a Message to an Addressee within a Context through a Contact thanks to a Code. In 1965 Umberto Eco developed the concept of Aberrant Decoding that is the wrong decoding of the message by the addressee. As to communication D.Lgs81/08 e s.m.i. fixes the following rules. Information of workers (Art.36/1) - The employer is responsible for the workers to have the right information about risks for health and safety in their specific workplaces, etc. Formation of workers (Art 37/1) - The employer is responsible for the workers to have adequate and proper formation as to health and safety with regard to linguistic knowledge. Therefore it is really important for a Company to establish real communication between management and workers and among workers, to have a frequent feedback and to let information circulate in order to have all safety regulations followed properly.

**Key words:** communication, information, formation.

### Introduzione

La comunicazione ha assunto un valore prioritario fra tutte le attività umane fin dai tempi antichi, tanto che alcuni studiosi ritengono che l'invenzione fondamentale, più ancora che il fuoco o la ruota per lo sviluppo della umanità, sia stata quella dell'alfabeto. Da mezzi di comunicazione primitivi come la tavoletta di cera e il papiro alla fondamentale invenzione gutenberghiana dei caratteri a stampa fino alla moderna evoluzione tecnologica, volontà principale degli individui è stata quella di entrare in contatto, di scambiarsi informazioni (*in-formare* ovvero *plasmare*) o far parte di una comunità dai valori condivisi.

La comunicazione è costantemente in bilico fra una centripeta *coinè*, (dal greco: rendo comune, unifico) e la spinta centrifuga verso idiomi e linguaggi particolari, appannaggio di gruppi sociali o singoli individui. Proprio in questo senso alcuni studiosi lamentano il progressivo e moderno ingrigirsi della lingua, standardizzata ormai in un modello tecnologico che lascia poco spazio all'espressività a volte persino viscerale rappresentata dai dialetti delle varie realtà regionali. La psicanalisi ci ha inoltre insegnato che un gran numero di significati giacciono nelle strutture profonde del nostro inconscio e vengono alla luce mediante lapsus, omissioni linguistiche, "atti mancati" e a loro volta vanno a frizionare con le strutture profonde inconscie del soggetto che recepisce. A compiacere una comunicazione efficace entrano in gioco i contesti culturali di riferimento dei parlanti, le differenze fra i sessi e gli orientamenti sessuali, le diverse religioni, tutte variabili che possono creare zone d'ombra, incomprensioni e diffidenze fra le parti in gioco (Porcellini M. and Fatelli G., 2000).

### Materiali e metodi

Nonostante la complicata rete comunicativa offerta dalla realtà si possono individuare delle costanti nel processo comunicativo, che pervengono in primo luogo all'*intenzionalità* del processo, e grazie a queste costanti è stato possibile elaborare dei modelli, ricorrendo alla formalizzazione matematica e scientifica, modelli che devono poi essere sottoposti a verifica nella realtà.

Per intenderci nell'ambito della comunicazione c'è sempre una *Fonte* che invia un *Messaggio* rivolgendosi ad un *Destinatario* all'interno di un *Contesto* tramite un *Contatto* e grazie ad un *Codice*. Il flusso dell'informazione si muove da Emittente a Ricevente secondo un tipico *diagramma di flusso*; ad arricchire il modello c'è uno schema di due ingegneri dei *Bell Telephone Laboratories*, Claude Shannon e Warren Weaver, che, negli anni '40, elaborarono una teoria matematica dell'informazione applicabile ad una pluralità di situazioni, sempre intese però come trasferimento di informazione, sia che si tratti di esseri umani, di macchine o di altri sistemi. (Shannon C.E. and Weaver W., 1971). Il sistema era concepito per descrivere le modalità della trasmissione via cavo e attraverso onde radio e si pone alla base dei moderni studi sulla "cibernetica". (Wiener N., 1968) Il funzionamento di questo modello può essere descritto in modo abbastanza semplice. In un qualunque sistema comunicativo esiste un'informazione iniziale (o *input*) che viene codificata mediante appositi segnali (ad esempio onde elettromagnetiche) e trasmessa al destinatario che ha il compito di decodificarla, ossia di attribuire ai segnali il corrispondente significato. L'informazione finale (*output*) spesso non è identica all'input iniziale perché durante il percorso possono verificarsi interferenze (*rumore*) che riducono o modificano la comprensione del messaggio, e generare così quantità di *entropia*, cioè di disordine all'interno di una comunicazione, determinabile in bit. È possibile ridurre le interferenze tramite la *ridondanza*, ovvero la reiterazione dell'input. In questo modello non è presente il *feedback*, ovvero la risposta del destinatario che conferisce circolarità al processo.

Questo fu definito *modello informazionale* della comunicazione, supportato poi dal *modello semiotico-informazionale*, il quale sottolinea la presenza di codici e sottocodici che determinano l'invio del messaggio, il quale sarà poi decodificato dal ricevente in base ai suoi propri codici e sottocodici. A questo modello ha fatto seguito il *modello semiotico-testuale* che analizza la comunicazione di apparati testuali e non solo di singole informazioni (Eco U., 1979).

Persone diverse possono infatti recepire in maniere differenti le medesime situazioni comunicative in virtù della varietà dei processi di selezione, organizzazione, interpretazione che comporta la decodifica dei segnali forniti, varietà sulle quali intervengono elementi decisivi ma difficilmente ponderabili quali il contesto ambientale, le aspettative personali, gli atteggiamenti e le personalità individuali.

Sono stati elaborati numerosi altri modelli comunicativi, da quelli che mettono in risalto la necessità della risposta da parte del ricevente, ovvero del feedback, oppure sottolineano l'importanza dei campi di esperienza afferenti a ciascun astante, a quelli relativi alla dimensione dei contesti, ovvero alla pressione ambientale, che fungendo da "contenitore" dell'atto comunicativo, può introdurre caratteristiche perturbanti o divagatorie rispetto al raggiungimento di un obiettivo comunicativo delimitato e preciso. Molti studiosi pongono l'accento su valori non verbali quali la postura, i gesti, la mimica che danno sfu-

mature inattese agli elementi verbali (Slama-Cazacu T., 1973). In tutti i modelli è accentuata l'importanza dell'equilibrio, un momento cioè in cui ci sia un'effettiva parità fra emittente e ricevente: una tensione che, pur ammettendo il fatto che normalmente il flusso di informazioni si sposti da un punto ad un altro cioè ci sia un emanatore di informazioni e un ricevente (es. la didattica), il rapporto sia posto nei termini della simmetria o dell'equilibrio, evitando il verificarsi di fenomeni di "bullismo comunicativo". Tutti i modelli evidenziano l'importanza di una codificazione del messaggio in termini non "ambigui", che possano cioè causare entropia nell'atto della decodifica. A questa esigenza si può obiettare che spesso l'ambiguità, se decodificata correttamente, arricchisce il potere informativo del messaggio (ad es. nelle espressioni artistiche.)

Per ogni modello di tipo circolare, ovvero di scambio di informazioni fra emittente e ricevente tramite il feedback, vale l'interpretazione proposta da Umberto Eco: "...in ogni strategia militare (o scacchistica, diciamo in ogni strategia di gioco) lo stratega si disegna un modello di avversario. Se io faccio questa mossa, azzardava Napoleone, Wellington dovrebbe reagire così. Se io faccio questa mossa, argomentava Wellington, Napoleone dovrebbe reagire così. Nella fattispecie Wellington si è generato la propria strategia meglio di Napoleone, Wellington si è costruito un Napoleone-modello che somigliava al Napoleone concreto più di quanto il Wellington-modello, immaginato da Napoleone, assomigliasse ad Wellington concreto. L'analogia può essere inficiata dal fatto che in un testo, l'autore vuol far vincere, anziché perdere, l'avversario. Ma non è detto". (Eco U., 1983.)

Lo stesso Umberto Eco elabora il concetto di *Decodifica aberrante*, cioè errata decodifica da parte del destinatario, all'interno del modello semiotico-informazionale (Eco U., 1975). La decodifica aberrante può avvenire nelle seguenti modalità:

- 1) *Incomprensione per assenza di codice*, nel momento in cui il messaggio è segnale fisico non decodificato non distinguibile dal rumore.
- 2) *Per disparità di codici*, quando il codice dell'emittente non è ben compreso dal destinatario.
- 3) *Per interferenze circostanziali*, quando il codice dell'emittente è compreso dal destinatario ma è modellato sul proprio orizzonte di attesa.
- 4) *Per delegittimazione dell'emittente*, quando il codice dell'emittente è compreso dal destinatario ma il senso viene stravolto per motivi ideologici o perché si pone in atto una svalutazione della fonte.

Quest'ultima modalità è anche detta *Guerriglia semiotologica*, cioè decodifica intenzionalmente divergente.

A questo quadro si rifà Stuart Hall, studioso britannico appartenente alla scuola di Birmingham, proponendo il modello di codifica/decodifica (*Encoding/Decoding*), che mette in luce varie possibilità di lettura del messaggio (Hall S., 1980):

- 1) *Letture preferita* in cui il destinatario decodifica il messaggio nell'esatta maniera in cui era stato codificato e voluto dall'emittente, e presuppone la presenza di un codice egemonico in cui la fonte si esprime e che suscita l'approvazione del destinatario.

- 2) *Lettura negoziata* in cui il destinatario elabora il messaggio in maniera sostanzialmente conforme ma lo rimodella secondo il proprio orizzonte di attesa.
- 3) *Lettura oppositiva* in cui il destinatario rifiuta il messaggio, pur comprendendone la lettura preferita, per opposizione nei confronti dell'emittente e del codice a cui esso fa riferimento.

In questo quadro è indagato il ruolo del destinatario in rapporto al ruolo della comunicazione nella formazione della soggettività. Proprio questa funzione è di fondamentale importanza nella società attuale, in virtù delle fondamentali trasformazioni in atto. Il contesto sociale si è reso mano mano più complesso, le ondate migratorie hanno messo in comunicazione molto più che in passato individui appartenenti a razze ed etnie diverse, si è visto il sorgere di grandi apparati multinazionali che pongono in relazione migliaia di lavoratori negli stessi ambienti, ed ogni giorno, ogni minuto l'individuo è sottoposto ad uno stimolo comunicativo linguistico, testuale o non-verbale. Grande importanza assumono in questo quadro i mass-media, che oltre a varie funzioni specifiche, stimolano la percezione in maniera massiccia, accantonando gli schemi basati sul linguaggio e il testo in virtù di una cultura basata sul potere dell'immagine, per natura immediata e legata a particolari processi mentali.

Lo studioso canadese Marshall McLuhan ha parlato della moderna società come di un "villaggio globale", in cui, tanto nella vita privata che in quella associativa, non si possa più fare a meno di interessarsi e analizzare la comunicazione in tutti i suoi aspetti: linguistici, sociali, psicologici, e mass-mediologici in vista di una maggiore comprensione del proprio agire e di quello altrui. (Marshall McLuhan, 1964)

---

## Risultati

Gli obblighi formativi e informativi dell'Azienda in merito alla Comunicazione della Sicurezza. Costruire un circuito interno di informazione e comunicazione costituisce un importante aspetto gestionale per ogni struttura organizzativa.

Informazione dei Lavoratori: Art. 36 comma 1 D.Lgs. 81/08 e s.m.i. - Il datore di lavoro provvede affinché ciascun lavoratore riceva una adeguata informazione:

- a) sui rischi per la salute e sicurezza sul lavoro connessi alla attività della impresa in generale;
- b) sulle procedure che riguardano il primo soccorso, la lotta antincendio, l'evacuazione dei luoghi di lavoro; ecc.

Formazione dei Lavoratori: Art. 37 comma 1 D.Lgs. 81/08 e s.m.i. - Il datore di lavoro assicura che ciascun lavoratore riceva una formazione sufficiente ed adeguata in materia di salute e sicurezza, anche rispetto alle conoscenze linguistiche, con particolare riferimento:

- a) concetti di rischio, danno, prevenzione, protezione, organizzazione della prevenzione aziendale, diritti e doveri dei vari soggetti aziendali, organi di vigilanza, controllo e assistenza, ecc.

Le direttrici che seguono i messaggi interni possono essere sintetizzate in tre tipologie:

- Top-Down - I flussi delle informazioni possono essere originati dall'alto e rivolti agli altri strati dell'organizzazione.
- Bottom-up - Possono partire dalla base dell'organizzazione per raggiungere i livelli alti dell'ente.
- A Rete - Possono seguire una tipologia di scambio di informazioni che segue i centri nevralgici dell'organizzazione, senza distinguere una direzione prevalente.

Vi sono vari strumenti di comunicazione che possono essere usati per la comunicazione interna, che possono appartenere a queste tipologie:

- SCRITTI: lettere, circolari, questionari, house organ, interviste, ecc.
- PARLATI: incontri, riunioni, focus group, interviste, ecc.
- VISIVI: segnaletica, bacheche, ecc.
- TECNOLOGICI: telefono, fax, posta elettronica, rete intranet, sito aziendale, newsletter, face book, messenger, twitter, skype, ecc. (Tomei G et al., 2006)

L'obbligo formativo-informativo è regolato dalla normativa della Corte di Cassazione (2007). secondo le seguenti norme che valgono anche come norme di buona Comunicazione:

- Processo formativo circolare:  
Deve esserci un continuo interagire fra formazione, controllo e valutazione dei rischi.
- Adeguatezza ed effettività della formazione:

La formazione deve interagire con un'adeguata valutazione dei rischi e non è limitata solo a un rispetto formale della normativa, ma richiede che vi sia una positiva azione continua del datore di lavoro volta a verificare l'effettiva assimilazione da parte dei lavoratori. Obbligo di più intensa formazione per: neo-assunti, dipendenti terzi, lavoratori flessibili, lavoratori in attività pericolose e in luoghi solitari, lavoratori giovani, lavoratori esposti a rischi particolari.

---

## Discussione

È importante quindi per ogni Azienda instaurare un corretto rapporto comunicativo fra dirigenza e lavoratori e fra lavoratori fra loro. Come testimoniato anche delle Norme sulla qualità aziendale (Uni Iso 9000) è fondamentale costruire un circuito interno di informazione-formazione, dove le informazioni e le notizie circolino liberamente e dove soprattutto sia presente un costante rapporto di Feedback fra Emittente e Ricevente. Questo al fine di certificare il raggiungimento dell'obiettivo comunicativo che la Fonte si era proposta e la corretta ricezione e comprensione del Messaggio da parte del Ricevente, anche e soprattutto per generare una corretta messa in atto e adeguamento delle parti in causa delle norme di tutela della salute e sicurezza sul lavoro. È compito del Medico Competente che intenda fare Prevenzione padroneggiare tutti i meccanismi comunicativi per effettuare una corretta informazione-formazione dei lavoratori.

---

## Bibliografia

Corte di Cassazione. Sentenza n.11622, 18 maggio 2007.

Decreto Legislativo 9 aprile 2008, n. 81 "Attuazione dell'articolo 1 della legge 3 agosto 2007, n. 123, in materia di tutela della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro".  
Eco U. Trattato di semiotica generale. Milano, Bompiani, 1975.  
Eco U. Lector in fabula. Milano, Bompiani, 1979.  
Hall S. Encoding/Decoding. London, Hutchinson, 1980.  
Marshall McLuhan. Gli strumenti del comunicare. Il saggiatore. Milano, 1964.  
Morcellini M, Fratelli G. Le scienze della comunicazione. Roma, Carrocci, 2000.

Shannon CE, Weaver W. La teoria matematica della comunicazione. Milano, Etas Kompass, 1971 (1949).  
Slama-Cazacu T. Introduzione alla psicolinguistica. Bologna, Patron, 1973.  
Watzlavick P., Pragmatica della comunicazione umana, Astrolabio, 1971.  
Wiener N., La cibernetica. Milano, Il Saggiatore, 1968.  
Tomei G, Giubilati R, Fioravanti M. La comunicazione nell'attività sanitaria: obiettivi, finalità e disparità di condizioni per utenti e lavoratori. Fogli d'informazione 2006; 1: 33-40.

**Richiesta estratti:** Prof. Francesco Tomei - Via Monte delle Gioie 13 - 00199 Rome, Italy - Phone: +39 06 49 91 25 65, +39 06 49 91 25 40, Fax: + 39 06 86 20 31 78, +39 06 49 91 25 54, E-mail: [francesco.tomei@uniroma1.it](mailto:francesco.tomei@uniroma1.it)